DESBORDES, MICHEL; FALGOUX, JULIEN. *Organiser un événement sportif*. Paris: Editions d'Organisation, 2003.

Fase 1. La concepción del evento deportivo

La idea principal

¿Quién posee los derechos?

Análisis del espectador del evento

❖ Análisis cuantitativo del público

¿Cuál es la edad media de su público potencial?

¿Cuál es su perfil?

Hombres		Mujeres		Familias	
Solteros		Casados			
Estudiantes		Empleados			
Profesionales intermedios		Directivos			

❖ Análisis cualitativo de público

Las expectativas de los espectadores potenciales; clasifique las necesidades por orden de importancia: 1, 2,…

Sociabilidad		Seguridad		Implicación	
Identificación		Ritual		Espectáculo	

¿Cuál es la actitud dominante?

Apasionados		Curiosos		Interesados	
Otros					

Análisis de la competencia

❖ ¿Qué tipo de oferta considera como competencia?

Eventos de la misma práctica deportiva		Eventos deportivos	
Eventos culturales		Ocio	

❖ ¿En qué ámbito observa competencia?

Internacional		Estatal		Autonómica		Local	

❖ ¿Para qué tipo de público considera la competencia?

Espectadores		Teleespectadores		Patrocinadores		Competidores	

❖ ¿Cuál es la oferta de la competencia?

Definición de la estrategia de marketing

❖ ¿Cuál es la fecha?	
❖ ¿Cuál es el lugar?	
❖ ¿Cuál es la zona de cobertura?	
❖ ¿Qué innovaciones aporta su evento?	
¿Son principales o secundarias?	
❖ En relación con la oferta de la competencia	
Ventajas	
Inconvenientes	
❖ ¿Cuál es el posicionamiento?	
❖ Ejes emocionales de la estrategia de marketing	
❖ Ejes racionales de la estrategia de marketing	

Puesta a punto de la previsión presupuestaria

Gastos	Cuantía	Ingresos	Cuantía
Administrativos		Entradas	
Personal		Inscripciones	
Restauración		Soportes publicitarios TV	
Alojamiento		Soportes Publicidad gradas	
Controles		Puestos comerciales	
Seguridad		Cantina	
Técnicos		Operaciones VIP	
Alquiler de material		(...)	
Alquiler de equipamientos			
Espacio de práctica			
Operación VIP			
Animación			
Seguros			
Impuestos			
Imprevistos			
Otros			
TOTAL		TOTAL	

Constitución del Comité Ejecutivo

❖ Organigrama

Comisión	Responsable	Equipo
Administrativa		
Legal y de Seguridad		
Comunicación		
Comercial		
Logística		
Deportiva		

❖ Calendario de tareas

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Administrativa												
Legal y de Seguridad												
Comunicación												
Comercial y patrocinio												
Logística												
Deportiva												

❖ Calendario de reuniones de coordinación

Fecha	Hora	Lugar	Objetivo

Fase 2. Las grandes funciones necesarias para el desarrollo de un evento deportivo

Función Administrativa

❖ Material necesario

Fotocopiadora		Ordenadores	
Teléfono		Impresoras	
Otros			

❖ Comidas

Destinatario	Número de comidas	Fecha	Comida o cena

❖ Alojamiento

Destinatario	Número de noches	Fecha

❖ Transporte

Destinatario	Número de personas	Fecha	Lugar de salida	Lugar de llegada

❖ Acreditaciones

Destinatario	Número de personas	Tipo de credencial

❖ Venta anticipada de entradas

Nombre	Número de personas	Nº de entradas	Tarifas	Modo de pago

❖ Contabilidad

Ingresos comprometidos	Cuantía	Gastos comprometidos	Cuantía

❖ Contabilidad analítica

Operación/cargo	Ingresos	Gastos	Factibilidad
			Si / No

Función de seguridad y legalidad

❖ Comunicación de la manifestación	
Fecha	
Destinatario (autoridad policía)	

❖ Constitución de un grupo de estudio por la jefatura de policía			
Servicio	Nombre	Función	Compromiso
Jefatura de policía			
Policía local			
Bomberos			
Ambulancia			
Otros			

❖ ¿Existe algún riesgo particular para los espectadores?	
SI	NO
¿Cuál?	

❖ ¿Se necesita un servicio de seguridad privado?	
SI	NO
(En caso afirmativo: Nombre.)	

❖ Preparar y garantizar la Comisión de Seguridad	
Número de estructuras	
Superficie	
Número de interventores	
Recopilar todos los documentos necesarios:	*Extractos del registro de seguridad, certificados de montaje, certificado de conformidad, etc.*

❖ Higiene	
Número de sanitarios	
Número de puntos de agua potable	
¿Se ha previsto acondicionar los alimentos en venta?	Si / No

❖ Gestión de accesos de viandantes y conductores	
Número de puntos de control para vehículos	
Número de puntos de control para viandantes	
¿Existen salidas de emergencia?	Si / No
¿Se ha previsto un carril de emergencia para los vehículos de seguridad?	Si / No

❖ Los seguros	
Responsabilidad civil	
Protección de bienes	
Cancelaciones	
Otros	

❖ Las autorizaciones	
Federación	
Ayuntamiento	
Otros	

Función de comunicación y difusión

❖ ¿Cuáles son los objetivos de comunicación?			
Notoriedad del evento		Imagen del evento	
Notoriedad de los patrocinadores		Imagen de los patrocinadores	

❖ ¿Cuál es el mensaje de la comunicación?			
Rendimiento / Marcas		Espectáculo / Emociones	
Identidad / Sociabilidad		Otros	

❖ ¿Cuál es vuestra imagen?			
Foto de un deportista, de una celebridad		Foto de un gesto deportivo, de una acción	
Gesto deportivo estilizado, mascota		Otros	

❖ ¿Se dispone de eslogan?	
SI	NO

❖ Diseño	
Nombre del diseñador	
Nombre de la imprenta	

❖ ¿Cuáles son los soportes que mejor se adaptan al objetivo de comunicación?			
Carteles		folleto publicitario	
Agencia de Publicidad		Radio	
Televisión		Prensa escrita	
Internet		Otros	

❖ Difusión				
Soporte	Fecha de inicio de la campaña	Fecha final de la campaña	Nº de ejemplares	Lugar

❖ ¿Cuáles son los métodos de relaciones con la prensa?			
Comunicado de prensa		Dossier de prensa	
Rueda de prensa		Otros	

Función comercial y de patrocinio

❖ ¿Cuáles son nuestros productos comerciales?			
Operaciones de relaciones públicas		Estructura para RRPP	
Salas VIP individualizadas		Emplazamiento para RRPP	
Invitaciones al espectáculo		Privilegios	
Stands comerciales		Lugar para stands comerciales	
Soportes TV		Soportes espectadores	
Artículos de prensa		Carteles	
Anuncios de radio		Emisiones TV	
Folletos		Sitio Internet	
Equipaciones de los participantes		Proveedor oficial	
Patrocinador oficial		Producto / Marca oficial	
Operaciones especiales			

❖ Estructuración de la oferta				
Producto	Coste	Tarifa	Margen	Vendido Si / NO

❖ ¿Están previstas las reuniones con los patrocinadores?	
SI	NO

❖ El dossier de patrocinio			
Elaboración interna		Elaboración por un profesional	

❖ Estrategia de búsqueda			
Cualitativa		Cuantitativa	

❖ Fichero de clientes						
Empresa	Responsable	Teléfono	Dirección	Fecha y hora de llamada	Fecha y hora de cita	Observaciones

❖ Acción para convocar la cita			
Mediante teléfono		Mediante Correo	
Mediante Internet		Directamente sobre la marcha	

❖ ¿Hay preparado un argumento comercial?	
SI	NO

Función de logística

❖ ¿Existe un plan de implantación del emplazamiento?	
SI	NO

❖ Necesidades de:			
Conexiones eléctricas		Conexiones de agua	
Contenedores		Evacuación de basuras	
Decoración		Mobiliario de oficina	
Plantas		Medios de telecomunicación	
Elaboración y colocación de soportes publicitarios		Alquiler de apartamentos, tiendas de campaña, carpas	
Herramientas		Alquiler de tribunas y podium	
Alquiler de sanitarios		Barreras altas y bajas	
Material de recepción		Sonorización	
Iluminación		Medios de locomoción	
Señalética		Otros…	

❖ El espacio de práctica ¿necesita trabajos especiales?	
SI	NO
¿Cuáles?	

❖ Fichero de proveedores						
Empresa	Responsable	Teléfono	Dirección	Tipo de prestación	Detalle de la prestación	Observaciones

❖ ¿Se ha negociado el precio con los proveedores?	
SI	NO
¿Se ha propuesto un intercambio de mercancía, un patrocinio?	
SI	NO

❖ Planning de montajes			
Montaje / Trabajo	Proveedor	Fecha y hora de montaje	Fecha y hora de desmontaje

Función técnica y deportiva

❖ Concepto de evento:			
Prueba de un campeonato		Torneo	
Concurso		Exhibición	
Prueba de un circuito		Otros	

❖ Nivel del evento:			
Local		Autonómico	
Nacional		Internacional	

❖ ¿Se dispone de la relación de cargos expedida por la federación?	
SI	NO

❖ ¿Se necesita conseguir la conformidad del espacio de práctica?	
SI	NO

❖ Necesidades de:			
Comisarios		Árbitros	
Jueces		Otros…	
Cronómetro		Video	
Trofeos		Ordenadores	
Impresora		Fotocopiadora	
Otro material técnico			

❖ Los participantes ¿tienen licencia?	
SI	NO
❖ ¿Están asegurados?	
SI	NO

❖ ¿Se necesitan verificaciones técnicas?	
SI	NO

❖ Material para los participantes:			
Reglamento		Dorsales	
Manual de instrucciones		Otros	

❖ ¿Se dispone de asistencia médica?	
SI	NO

❖ ¿Se necesita servicio de grúa?	
SI	NO

Fase 3. La fase operativa

El desarrollo de la prueba

❖ ¿Se ha previsto un ensayo general?	
SI	NO

❖ ¿Se dispone de un responsable para la seguridad y los controles?		
	SI	NO
¿Cuántos puntos de control existen? Nº:		
¿Hay acreditaciones diferenciadas?		SI / NO
¿Debe instalarse un puesto de mando?		SI / NO
¿Se necesita un servicio médico avanzado?		SI / NO

❖ ¿Se dispone de un responsable para la recepción y las entradas del público?		
	SI	NO
¿Quién se encarga de:		
De la gestión de entradas		
Del transporte de dinero		

De la información al público	
Del servicio de inscripciones	

❖ ¿Se dispone de un responsable para la acogida de los organizadores?	
SI	NO
Instalación de una sala	
Máquina de café, asientos, etc.	
Dossieres de información	
Vestimenta	

❖ ¿Se dispone de un responsable para las relaciones con la prensa?			
SI		NO	
Instalación de la sala de prensa			
Teléfonos		Fax	
Conexión a Internet		Fotocopiadora	
Bebidas frías			
¿Quién se encarga de la distribución de las notas de prensa?			

❖ ¿Se dispone de un responsable para las relaciones con los patrocinadores?	
SI	NO
¿Quién es el Relaciones públicas?	
¿Quién es el responsable de las azafatas?	
¿Hay servicio de guardarropía?	
Se ha previsto los tickets	
¿El número de entradas es suficiente?	

❖ ¿Se dispone de un responsable de mantenimiento técnico?	
SI	NO
❖ ¿Tiene los contactos de todos los proveedores?	SI / NO
Electricista	
Fontanero	
Persona de mantenimiento	
Responsable de la sala o de la instalación	

❖ ¿Se dispone de un responsable de la zona de espectadores?	
SI	NO

❖ ¿Se dispone de un responsable para la dirección deportiva?	
SI	NO

❖ Los responsables ¿están en contacto mediante talkies-walkies?	
SI	NO
¿Dispone cada uno de una agenda de teléfonos?	SI / NO

❖ Los organizadores ¿tienen vestuario diferenciado?	
SI	NO

La fase post-evento o cierre

❖ ¿Se ha previsto el desmantelamiento general?		
	SI	NO

❖ Balance organizacional	
Fecha de desmontaje	
Lugar	
Puntos que no han funcionado correctamente	
Fecha de archivado	

❖ Balance financiero	
Total ingresos	
Total gastos	
Resultado	

❖ Rentabilidad por puesto de trabajo			
Puesto de Trabajo	Ingresos	Gastos	Margen

❖ Impagados			

❖ Acreedores			

❖ Balance de espectadores	
Número de espectadores	
Principales comentarios de los espectadores	
¿Se ha realizado un estudio de satisfacción?	SI / NO

❖ Balance deportivo			
El espectáculo ha estado a la altura de las expectativas		SI / NO	
❖ Incidentes			
Forma de clasificación		Arbitrajes o jurado	
¿Cuáles?			
Principales comentarios de los participantes			
¿Se ha realizado un estudio de satisfacción?		SI / NO	

❖ Balance comercial y liquidación de los contratos			
¿Cómo se evaluará la satisfacción de los anunciantes?			
Por teléfono		En visita personalizada	
Por invitación a tomar algo			
¿Se enviará una carta de agradecimiento?		SI / NO	
¿Se realizará una evaluación del patrocinio?		SI / NO	

❖ Balance de comunicación y de explotación del evento			
¿Cómo se impactará en el exterior?			
Por el dossier de prensa		Por la promoción corporativa	
¿Qué instrumentos de comunicación son pertinentes en términos de impacto?			
Artículos de prensa		Carteles	

Folletos		Anuncios de radio	
Emisiones TV		Internet	
¿Se ha verificado mediante un estudio de imagen?		SI / NO	

❖ Balance político			
Las instancias políticas implicadas en el evento ¿han conseguido sus objetivos?			
De imagen		De notoriedad	
Sociales		Otros	